

**ANALISIS FAKTOR *E-SERVICE QUALITY* DAN NILAI YANG  
DITERIMA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM  
PEMBELIAN *ONLINE* MELALUI *SHOPEE.CO.ID* DI FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SURAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun oleh :**

**ANGGI DIANA**

**B 100 140 269**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR *E-SERVICE QUALITY* DAN NILAI YANG DITERIMA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN *ONLINE* MELALUI *SHOPEE.CO.ID* DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang ditulis dan disusun oleh :

**ANGGI DIANA**

**B 100 140 269**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 11 Juni 2018

Pembimbing Utama



**(Drs. Moechammad Nasir, M.M. )**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Syamsudin, M.M.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama : ANGGI DIANA**

**Nim : B100140269**

**Jurusan : MANAJEMEN**

**Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN  
NILAI YANG DITERIMA TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DALAM PEMBELIAN ONLINE  
MELALUI SHOPEE.CO.ID DI FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar da ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 11 Juni 2018

Yang membuat pernyataan

(Anggi Diana)

## **MOTTO**

**MAN JADDA WAJADA**

Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil

**MAN SHABARA ZHAFIRA**

Siapa yang bersabar pasti beruntung

**MAN SARA ALA DARBIWASHALA**

Siapa menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan

**(Pepatah Arab)**

“Ilmu pengetahuan tanpa agama adalah cacat, dan agama tanpa ilmu pengetahuan adalah buta.”

**(Albert Einstein)**

“Learn from yesterday, live for today, and hope for tomorrow.”

**(Albert Einstein)**

## ABSTRAKSI

PT *Shopee* Indonesia atau lebih dikenal dengan *Shopee* yaitu salah satu pusat perbelanjaan yang dikelola oleh Garena (berubah nama menjadi *SEA Group*) dan perusahaan *e-commerce* yang sukses dalam memanfaatkan peluang pasar *e-commerce* di Indonesia dengan situsnya yaitu *Shopee.Co.Id*. Penelitian ini berfokus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian *online* melalui *Shopee* dan berminat untuk loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e-service quality* dan nilai yang diterima terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian *online* melalui *shopee.co.id*. Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang loyal dalam pembelian *online* melalui *website Shopee.co.id*. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan nilai yang diterima (*perceived value*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan *e-service quality*, dan nilai yang diterima (*perceived value*) terhadap loyalitas pelanggan memiliki model fit. Dalam model yang dibentuk *e-service quality* dan nilai yang diterima (*perceived value*) mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 45,1% dan sisanya 54,9% masih ada variabel independen lain yang mempengaruhinya.

**Kata Kunci : *E-Service Quality*, Nilai Yang Diterima (*Perceived Value*), Loyalitas Pelanggan.**

## **ABSTRACT**

*PT Shopee Indonesia, better known by Shopee is one of the shopping centers managed by Garena (renamed SEA Group) and its e-commerce success in exploiting the opportunities of e-commerce market in Indonesia with the site that is Shopee.Co.Id. This study focuses on consumers who have made online purchases through Shopee and are interested in loyalty.*

*This study aims to determine the effect of e-service quality and perceived value on customer loyalty in online purchases through shopee.co.id. Subjects in this study are students of University Muhammadiyah Surakarta (UMS) Faculty of Economics and Business, are interested to loyal in online purchases through the website Shopee.co.id. The number of samples in this study 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling. The analysis tool in this study using multiple linear regression analysis, partial test (t test), simultaneous test (F test) and coefficient of determination (R<sup>2</sup>).*

*In conclusion, the results of research shows that e-service quality and perceived value have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously e-service quality and perceived value to customer loyalty have fit model. In the model established e-service quality and perceived value have the ability to explain customer loyalty decision of 45.1% and the remaining 54.9% is still influenced by other variables.*

**Keywords: E-Service Quality, Perceived Value, Customer Loyalty.**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini Ku persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang memberikan kenikmatan hidup bagi seluruh alam semesta, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna.
2. Alm. Bapak Hermawan Ali, ibu Partini, kakak Agus Setiawan dan Bastian Ali yang selalu memberi motivasi dan nasihatnya yang menjadi jembatan perjalanan hidupku serta doa-doa yang selalu mengiringi di setiap langkahku.
3. Teman-teman dan sahabat dalam bertukar pikiran yang selalu memberi motivasi dan menjadi teman berbagi.s
4. Almater Ku Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'mualaikum Wr.Wb*

Allamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor E-Service Quality Dan Nilai Yang Diterima Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Online Melalui Shopee.Co.Id Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta” ini dengan baik, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Profesor Dr. H. Sofyan Anif, M.si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E, M.Si, Ph.d selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Moehammad Nasir, M.M. selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberi arahan dan nasihat dengan sabar selama proses penyusunan skripsi.



5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh Staff Tata usaha dan Karyawan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Bapak, Ibu dan Kakak tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dan yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Surakarta, 11 Juni 2018

Penulis

Anggi Diana

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I     PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Pengertian Kualitas Jasa.....	9
B. <i>Electronic Service Quality (E-Service Quality)</i> .....	10
C. Nilai yang diterima ( <i>perceived value</i> ).....	12
D. Loyalitas Pelanggan.....	14
E. Penelitian Terdahulu.....	15
F. Hipotesis.....	16
G. Kerangka Pemikiran .....	17

BAB III	METODE PENELITIAN .....	19
A.	Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	19
B.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	20
C.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	22
1.	<i>Electronic Service Quality (E-Service Quality)</i> .....	22
2.	Nilai Yang Diterima ( <i>Perceived Value</i> ) .....	24
3.	Loyalitas Pelanggan .....	25
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	26
E.	Uji Instrumen .....	27
1.	Uji Validitas .....	27
2.	Uji Reliabilitas.....	28
F.	Teknik Analisis Data .....	29
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
2.	Uji t.....	30
3.	Uji F.....	31
4.	Uji Determinasi (R Square atau $R^2$ ).....	33
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
A.	Deskripsi Responden .....	35
B.	Hasil Analisi Data	
1.	Uji Instrumen .....	39
a.	Uji Validitas .....	40
b.	Uji Reliabilitas.....	41
2.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
3.	Uji t.....	44
4.	Uji F .....	46
5.	Uji Determinasi (R Square atau $R^2$ ) .....	48
C.	Pembahasan.....	49
BAB V	PENUTUP .....	53

A. Kesimpulan.....	53
B. Keterbatasan .....	54
C. Saran .....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel No	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	36
4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi .....	38
4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Angkatan.....	39
4.5 Hasil Uji Validitas dengan CFA .....	40
4.6 Hasil Hasil Uji Validitas dengan KMO & <i>Bartlett's Test</i> .....	41
4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
4.9 Hasil Uji t.....	44
4.10 Hasil F.....	47
4.11 Hasil Determinasi ( $R^2$ ).....	48

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1	Kerangka Pemikiran.....	18
-----	-------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Uji Validitas

Uji Reliabilitas

Uji Regresi Linear Berganda

Uji-t

Uji F

Uji Determinasi ( $R^2$ )

Lampiran 4 Table Value of  $r_{\text{product moment}}$

Tabel Nilai t

Tabel Nilai  $F_{0,05}$